

БРИТАНСКИЙ ПРЕСС

ОЛИМПИАДА В ЛОНДОНЕ ЗАКОНЧЕНА. УЖЕ МОЖНО РАЗОБРАТЬСЯ, РАЗОШЛИСЬ ЛИ С ДЕЛОМ СЛОВА БРИТАНСКОГО ПРЕМЬЕРА ДЭВИДА КЭМЕРОНА О ТОМ, ЧТО ВЕЛИКОБРИТАНИЯ НЕ ТОЛЬКО ВЕРНЕТ СЕБЕ ПОТРАЧЕННЫЕ ДЕНЬГИ, НО ЕЩЕ И СМОЖЕТ ЗАРАБОТАТЬ НА ИГРАХ. БРИТАНСКАЯ ПРЕССА ПОКА НАСТРОЕНА СКЕПТИЧЕСКИ.

ТАТЬЯНА СЕЛЕДКОВА

Судя по материалам газеты The Guardian, которая провела свои подсчеты, основываясь на статистике, представленной Министерством культуры Великобритании, вложения Международного олимпийского комитета (\$1,1 млрд), спонсорская поддержка (\$1,1 млрд) и деньги, полученные от продажи билетов (\$9,5 млн), — это только 20% от всей собранной на проведение Игр суммы. Оставшиеся 80% оплатила непосредственно Великобритания: \$9,8 млрд поступило от правительства страны, еще \$1,4 млрд — от властей Лондона, \$6,3 млн вложил Sport England, и еще \$3,4 млрд принесла Национальная лотерея, то есть британская доля в общей копилке составила \$14,6 млрд.

Основная часть денег была распределена между двумя организациями, отвечающими за проведение Игр, — The Olympic Delivery Authority (ODA) и Лондонским оргкомитетом по проведению Олимпийских игр (LOCOG). Первая занималась преобразованием Лондона для проведения Олимпиады. В обязанности ODA вошли: развитие городских районов (\$2,9 млрд), строительство олимпийских деревень и спортивных объектов (\$3,2 млрд), организация транспортной системы (\$1,4 млрд), устройство инфраструктуры Олимпийского парка (\$1,4 млрд) и строительство пресс-центра (\$479 млн) — всего \$9,5 млрд. Аппетиты LOCOG, отвечающего преимущественно за вопросы организационные, были существенно меньше — всего \$3,1 млрд. Еще \$4,3 млрд съели армия, полиция, хлопоты по развитию Олимпийского парка после окончания Игр и прочие расходы. Общая сумма трат составила \$16,9 млрд, то есть Великобритания потратила на Игры больше, чем сама же вложила.

Этого не отрицает и Джеймс Кэмерон, который еще до открытия Игр был вынужден признать, что первоначально разработанный бюджет в \$7 млрд оказался Олимпиаде маловат и пришлось потратить вдвое больше. Конечно, до лондонской Олимпиады, стоимость которой, по разным подсчетам, составила около \$40 млрд, Лондону далеко, но вот Афины с их 15-миллиардными расходами столица Великобритании обогнать все-таки смогла. Так откуда же господин Кэмерон собирался брать ту самую прибыль, о которой говорил еще перед началом Игр?

Как сообщает журнал The Economist, часть денег в страну должна бы была приехать вместе с иностранными болельщиками. И она приехала. Только почему-то не такая большая, как ожидалось. Выяснилось, что любители честной спортивной борьбы, приехавшие в Лондон поболеть за свои команды, действительно приехали поболеть и тратиться на иные развлечения особого желания не имеют. Как сообщил американской The Washington Post спикер Британской ассоциации гостеприимства, «люди, которые приехали на Игры, действительно мало смотрят достопримечательности, мало ходят по магазинам и мало едят».

Приобрести новых клиентов в лице спортивных фанатов городской сфере обслуживания не удалось. Мало того, она умудрилась потерять еще и старых — в лице лондонцев. The Economist считает, что это произошло по вине местных властей, которые еще перед началом Олимпиады так запугали всех огромной волной туристов, которая вот-вот накроет британскую столицу, что лондонцы,

спасаясь от стихийного олимпийского бедствия, еще за неделю до начала Игр уехали за город. Жители остальной Британии тоже не пожелали быть втянутыми в грядущий транспортный коллапс и предпочли остаться смотреть Игры по телевизору у себя дома. Итогом стали не только полупустые рестораны и магазины, которые, по данным The Economist, потеряли около 40% выручки еще за неделю до начала Олимпиады, но и полупустые спортивные трибуны, которые не удалось заполнить из-за невысокого спроса на билеты.

Отказаться от заполненного туристами города решили не только британцы, но и, как бы это странно ни звучало, сами туристы. Люди, не заинтересованные в спортивном празднике, пришли к выводу, что на время Олимпиады в Лондоне и так будет достаточно тесно, поэтому решили отложить осмотр Тауэра и Британского музея на более спокойные времена. В итоге, по данным The Washington Post, город посетило только 300 тыс. иностранных граждан, притом что обычно в августе столицу в Великобритании приезжает около 1,5 млн туристов. Итогом стали убытки во всех сферах обслуживания и сервиса.

Воодушевленные обещаниями о наплыве клиентов отели взвинтили цены на номера почти в два раза. Но наплыва не случилось, и уже на второй неделе Олимпиады они были вынуждены снизить их на 25%. Музеи во время Игр потеряли 35% своих посетителей. На отток зрителей пожаловались и лондонские театры. Например, сеть столичных театров Nimax заявила, что продажи билетов в августе упали на 30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Также The Washington Post утверждает, что Олимпиада вызвала резкий негатив у представителей лондонского малого бизнеса. Только в Восточном Лондоне, где как раз и находилось большинство спортивных объектов, представителями коммерческих организаций было подано 40 исков против организаторов Игр. Предприниматели не довольны чрезмерными ограничениями и закрытием дорог, что, по их словам, подвергло их бизнес существенным рискам.

Но деньги на Олимпиаде теряет не только принимающая сторона. Изрядно достается и телеканалам, которые покупают права на трансляцию игр. По данным The Economist, в 2005–2008 годах телесетям пришлось выложить за покупку прав \$2,57 млрд. В 2009–2012 годах траты составили уже \$3,91 млрд, а в следующей четырехлетке трансляции подорожают еще на \$1 млрд, причем совершенно неизвестно, окупятся ли такие траты. Например, американская телекомпания NBC Universal потеряла \$223 млн на трансляции Олимпиады в Ванкувере и не знает, что принесут ей лондонские Игры. В корпорации Comcast, которой принадлежит NBC, считают, что затраты все-таки окупятся. Компания планирует предоставить зрителям 3,5 тыс. часов спортивного нон-стопа в прямом эфире. Некоторые беспокоятся, что мало кого будут интересовать подобные трансляции в то время, когда все результаты соревнований мгновенно будут появляться в интернете и их можно будет узнать, просто вбив запрос в поисковую строку.

Но Майкл Пэйн, автор книги «Olympic Turnaround», считает, что угроза несущественна и люди по-прежнему



ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ ОЛИМПИАДА В ЛОНДОНЕ ОКАЗАЛАСЬ ОТЛИЧНЫМ ШАНСОМ НАПОМНИТЬ О СВОИХ ПРОДУКТАХ И УСЛУГАХ

ПРЯМАЯ РЕЧЬ ЧЕМ ИГРЫ ПОМОГУТ БИЗНЕСУ?

Бернард Ширер, вице-президент EF ENGLISH FIRST В РОССИИ:

— За 1000 дней до Олимпиады в Сочи мы запустили веб-сайт <http://sochi2014.ef.com>, который позволяет всем желающим получать бесплатные ежедневные уроки английского языка на олимпийскую тематику. Каждый урок доступен в архиве сайта, так что, присоединившись сейчас, пользователи могут освоить слова предыдущих дней. За год, с августа 2011 года по сей день, на наш бесплатный ресурс sochi2014.ef.com пришли десятки тысяч жителей России, интересующихся изучением английского языка для подготовки к Олимпийским играм в Сочи в 2014 году. Как видите на графике, к Олимпийским играм с помощью этого ресурса готовятся не только в Со-

чи, но и в других городах. Помимо Сочи уроками особенно интересуются жители Москвы, Санкт-Петербурга, Краснодар, Ростова-на-Дону и Томска.

Лингвистическая программа Сочи, открытая совместно с администрацией города, дает всем жителям Сочи пробный доступ в онлайн-школу EF English Town на один месяц, а также беспрецедентные условия для компаний, работающих в городской индустрии гостеприимства, корпоративных клиентов, и всех сочинцев, желающих учить язык за рубежом и в местной школе EF English First. Помимо этого в этом году мы разработали краткосрочные специализированные курсы английского языка для индустрии гостеприимства (ресторанов и отелей) и служб безопасности.

Юрий Ефросинин, исполнительный директор KELLYOSG:

— В первую очередь объем знаний и компетенций по поиску и подбору постоянного штатного персонала. Задачи, которые мы решаем в рамках партнерства с Организационным комитетом Олимпийских игр, требуют совершенно иного уровня технологий отбора, выстраивания бизнес-процессов, формирования и работы с базой кандидатов. Уникальные профессии, сжатые сроки подбора, необходимый уровень компетенций соискателей (например, по владению иностранными языками) — все это заставляет нас постоянно совершенствовать собственные методы работы и, как следствие, расти в профессиональном плане.